



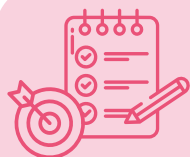
# Chef(fe) de projet édition phonographique

Appellations voisines : Chef de projet, Chef ou Chargé de produit, Brand manager, Attaché commercial, Délégué commercial, Commercial B to B, Agent de talent



## CONTEXTE DE TRAVAIL

Le chef de projet travaille à l'intersection des pôles artistique, commercial, digital et communication. Le métier implique une forte réactivité et une grande disponibilité, notamment lors des phases de sortie, de tournées ou de campagnes promotionnelles. Les horaires peuvent être irréguliers (soirées, week-ends).



## MISSIONS

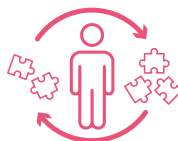
Le chef de projet en édition phonographique pilote la stratégie marketing, communication et commerciale d'un projet musical depuis la phase de post-production jusqu'à sa diffusion sur le marché. Il est responsable de la mise en valeur du projet artistique, de la gestion de l'image de l'artiste, et de la cohérence globale des actions de promotion et de diffusion, dans le respect du budget imparti. En particulier, il :

- définit et met en œuvre la stratégie marketing d'un projet en concertation avec l'artiste, la direction artistique et la direction du label ;
- pilote les actions de lancement commercial (date de sortie, formats, partenaires,...) ;
- coordonne l'ensemble des intervenants internes et externes (promotion, distribution, relations médias, direction artistique) ;
- supervise la réalisation des contenus promotionnels : clips, visuels, teasers ;
- suit les indicateurs de performance (écoutes, ventes) et ajuste la stratégie si nécessaire ;
- représente le projet et conseille l'artiste sur la cohérence de son image et le positionnement de ses sorties ;
- gère le budget marketing et promotionnel, en assurant l'équilibre entre ambitions artistiques et contraintes économiques ;
- peut contribuer à la valorisation du catalogue.



## DÉCLINAISONS HIÉRARCHIQUES

Le métier de Chef de projet phonographique peut s'exercer à différents niveaux de responsabilité, d'Assistant marketing à Chef de projet phonographique. Il travaille sous la supervision du directeur marketing.



## VARIABILITÉ

Les missions varient selon la taille et l'organisation de la structure, le périmètre des activités et le niveau de responsabilités. Il peut :

- se spécialiser sur un ou plusieurs artistes ou segments (urbain, pop, catalogue, etc.) ;
- avoir un rôle plus polyvalent, cumulant parfois des fonctions de communication, commercialisation, voire de direction artistique ;
- être rattaché à la promotion du catalogue tandis que d'autres se concentrent sur les nouveaux talents ;

L'importance croissante des plateformes de streaming et des réseaux sociaux conduit à une adaptation permanente des stratégies de sortie et de développement d'audience.



# Chef(fe) de projet édition phonographique

Appellations voisines : Chef de projet, Chef ou Chargé de produit, Brand manager, Attaché commercial, Délégué commercial, Commercial B to B, Agent de talent



## COMPÉTENCES REQUISES

### Compétences métiers :

- Concevoir, mettre en œuvre et suivre des actions marketing multi-canal
- Présenter et défendre un projet auprès de partenaires internes et externes
- Rédiger des contenus marketing (argumentaires, newsletters, communiqués, fiches produits)
- Adapter les stratégies de lancement selon les formats de diffusion et les canaux promotionnels (radio, télévision, presse, plateformes)
- Pitcher un projet musical auprès des médias
- Gérer un projet et coordonner les intervenants nécessaires à la production d'une œuvre
- Analyser les effets d'une stratégie marketing
- Gérer et respecter un budget
- Comprendre les usages, limites et enjeux légaux de l'IA/IAG dans le traitement et la génération de contenus

### Connaissances :

- Enjeux marketing et de la construction d'image d'un auteur ou d'un artiste
- Fonctionnement de l'industrie musicale et son écosystème
- Outils du marketing digital
- Médias traditionnels (presse, télévision, radio) et digitaux
- Outils d'analyse de marché

### Compétences relationnelles :

- Bonne communication écrite et orale
- Diplomatie et sens du relationnel
- Rigueur et sens de l'organisation
- Travailler avec une équipe pluridisciplinaire



## ACCÈS AU MÉTIER

### Formation :

Le métier de chef de projet phonographique est accessible à partir d'une formation de niveau Bac +3 à Bac +5 ou équivalent, dans les domaines du commerce, de la communication ou du marketing ou plus largement dans les industries culturelles et créatives. Plusieurs écoles spécialisées forment de manière spécifique au métier de chef de projet.

### Expérience :

Le métier de chef de projet phonographique est accessible, à un premier niveau, après un stage de fin d'études ou une première expérience en marketing musical, communication ou production phonographique (assistant marketing, chargé de communication, assistant chef de projet). 4 à 5 ans d'expérience peuvent être requis pour maîtriser suffisamment l'environnement de la production phonographique.



## PASSERELLES MÉTIERS

- Par expérience : **Chargé de marketing, chargé de promotion**
- Par la formation : **Producteur phonographique**
- Par reconversion : **Directeur de label**